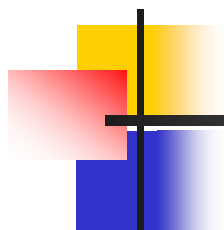




# Les Indications Géographiques: leur contribution au développement rural et à la lutte contre la pauvreté

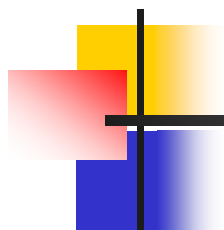


Denis Sautier  
CIRAD

Réunion d'experts ACP / UE - Montpellier, 24-27 mars 2009



# Geographical indications : contributions to rural development and poverty alleviation



Denis SAUTIER  
CIRAD

ACP / EU Expert Meeting - Montpellier, 24-27. March, 2009



# 1. Rappel

---

- Dans le monde entier, l'origine géographique est liée à des produits.. “originaux” et réputés
- L'IG est un signe distinctif utilisé pour désigner un produit qui porte naturellement le nom de son territoire d'origine
- Une IG est liée à une tradition et bénéficie d'une réputation
- Une IG est issue d'un savoir-faire partagé
- Une IG est liée à une qualité perçue par les consommateurs
- Une IG ne se crée pas, elle consacre une production existante.



# objectifs

---

- L'Indication géographique vise à :
    - faire connaître
    - valoriser
    - faire respecter
- les produits à forte identité et leurs territoires.



# objectifs

---

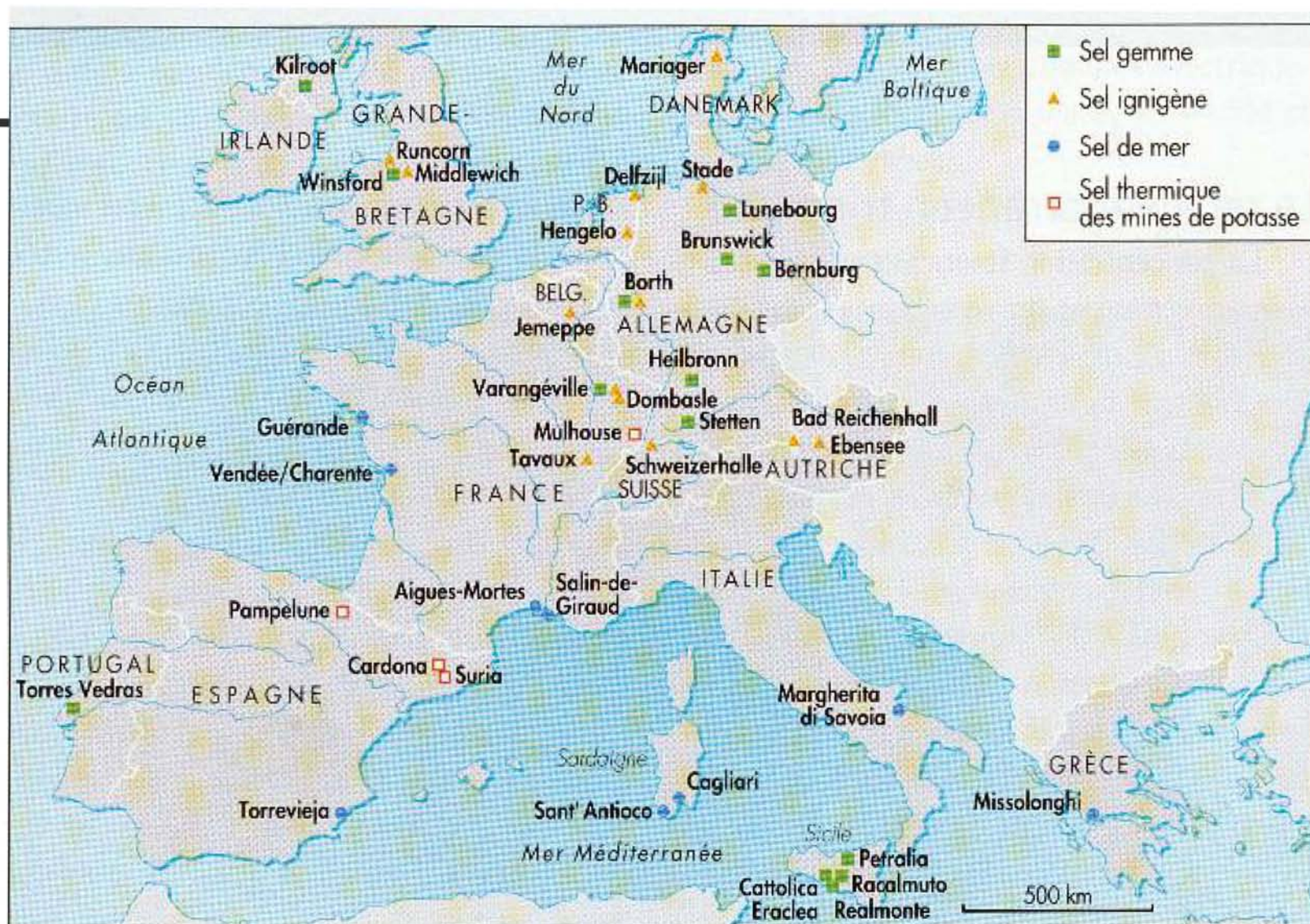
- L'enregistrement d'une IG :
  - N'est pas seulement la porte d'accès à un marché protégé des produits d'origine
  - C'est aussi la reconnaissance d'un savoir-faire et d'un patrimoine qu'il faut faire vivre et transmettre aux générations futures.



## 2. le sel de Guérande Guérande Salt

- La reconquête d'un territoire
- Re-mastering of the territory

























# historique

---

- 2000 ans d'histoire
- 1950 - 1970 : le déclin
  - nouveaux modes de conservation
  - développement des transports
  - concurrence des productions industrielles
  - mode des produits standardisés
  - changement de comportement des consommateurs

## Comblement des salines = terrains à bâtir



# réaction des producteurs soutenus par les habitants





# historique

---

- 1972 - naissance d'une réflexion commune des producteurs
- création d'un centre de formation
- 1988 - définition d'une stratégie collective
  - des hommes
  - un site
  - un produit





# les points clé

---

- motivation des producteurs
- mobilisation des habitants du territoire
- travail sur la qualité du produit
- développement de la notoriété
- une coopérative moteur de la filière



# la filière

---

- 250 producteurs (capacité 12 000 tonnes/an)
- 190 producteurs regroupés au sein d'une coopérative commercialisant 8000 tonnes/an
- deux entreprises de négoce traitant chacune environ 1200 tonnes/an
- Un tiers des producteurs pratiquant la vente directe pour tout ou partie de leur production



# réputation

---

- du produit : un sel aux qualités particulières
- du nom : « Guérande »
- de la technique : la « technique guérandaïse »
- du site : la « Presqu'île Guérandaïse »



## impact de l'IG « sel de Guérande »

---

- sur le produit :
  - maîtrise de la qualité
  - identification et garantie pour le consommateur
- sur les hommes et le territoire :
  - maintien d'une population sédentaire sur le territoire
  - installation de jeunes exploitants
  - maîtrise paysagère et touristique









# Le marché du sel

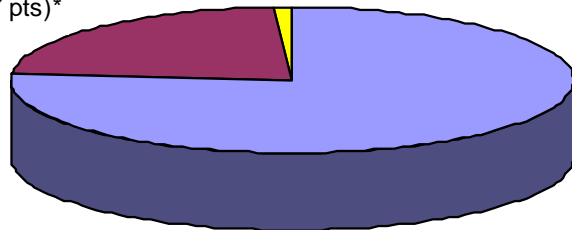
## Total France (Hyper & Super marchés)

### VOLUME

**Origines**  
**22,5 %**  
(11 795 T)  
(+ 0,7 pts)\*

**Spécialités**  
**1,2%**  
(639T)  
(+0 pts)\*

**Coeur de marché**  
**76,3%**  
(39 988T)  
(-0,7 pts)\*

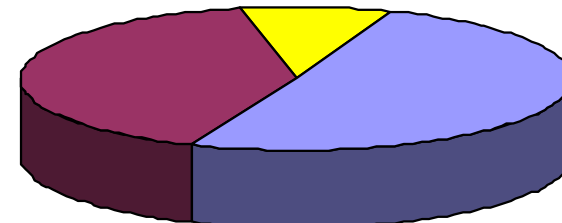


### VALEUR

**Origines**  
**40,4%**  
(+2 pts)

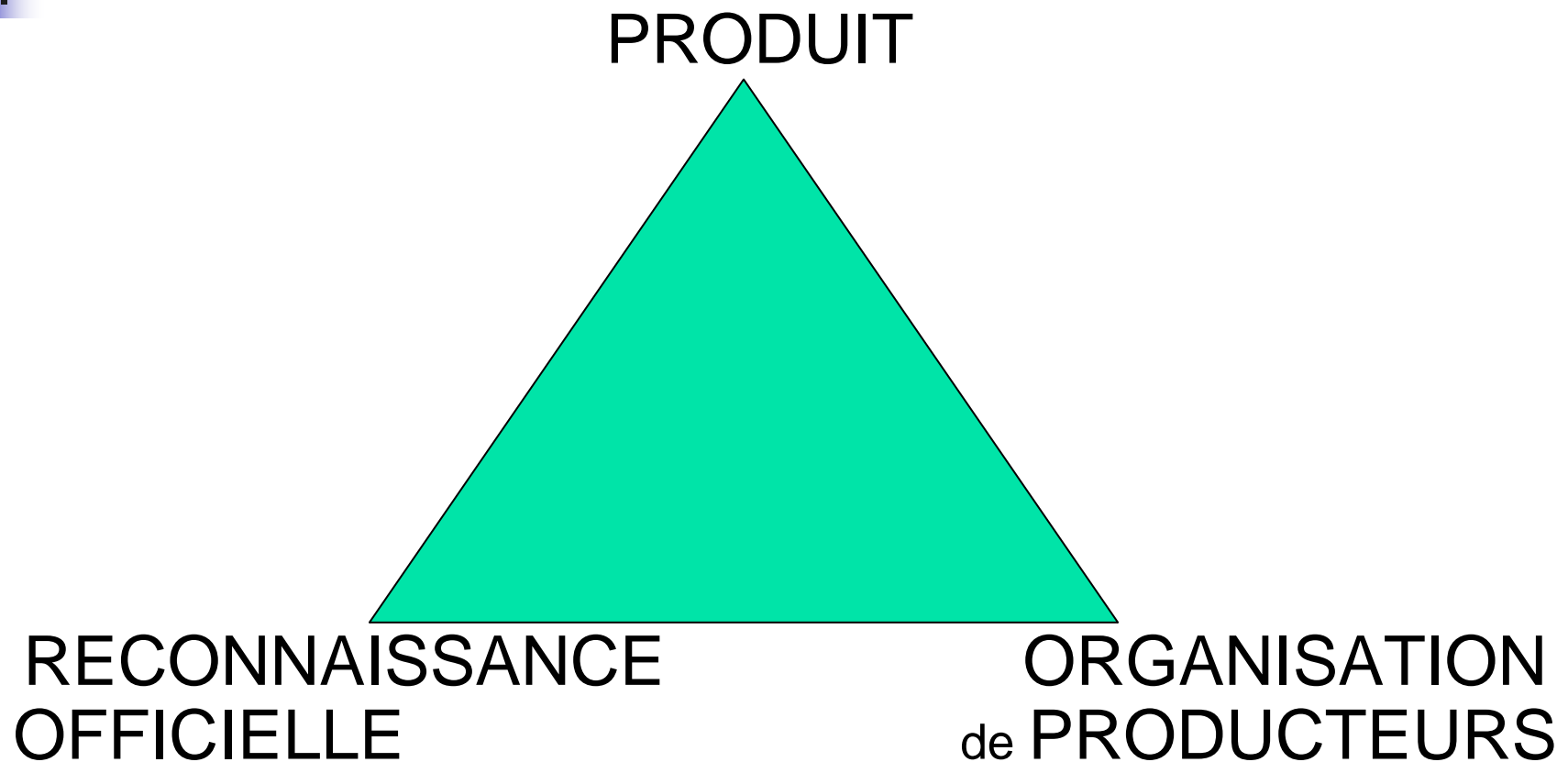
**Spécialités**  
**9 %**  
(+0,3 pts)

**Coeur de marché**  
**50,5%**  
(-2,2 pts)

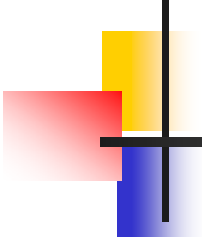


Source : IRI Panel INFOSCAN

### 3. IG: Trois composantes







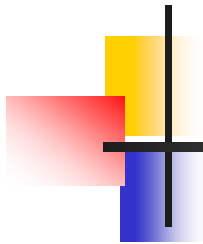
---

**(1) PRODUIT:** - qualité spécifique  
- réputé  
- unique

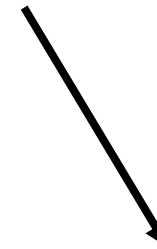


RECONNAISSANCE  
OFFICIELLE

ORGANISATION  
de FILIERE

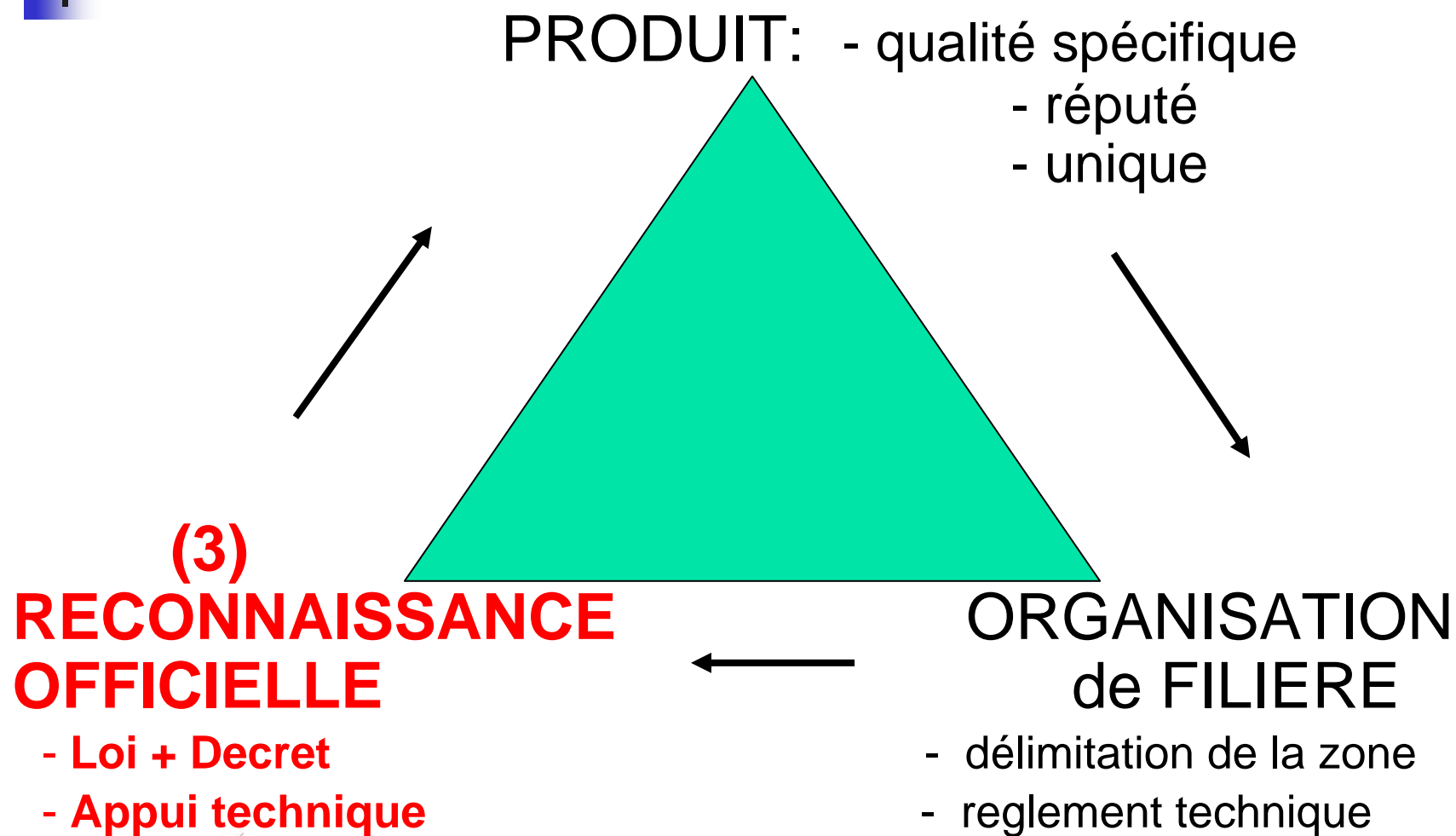


PRODUIT: - qualité spécifique  
- réputé  
- unique

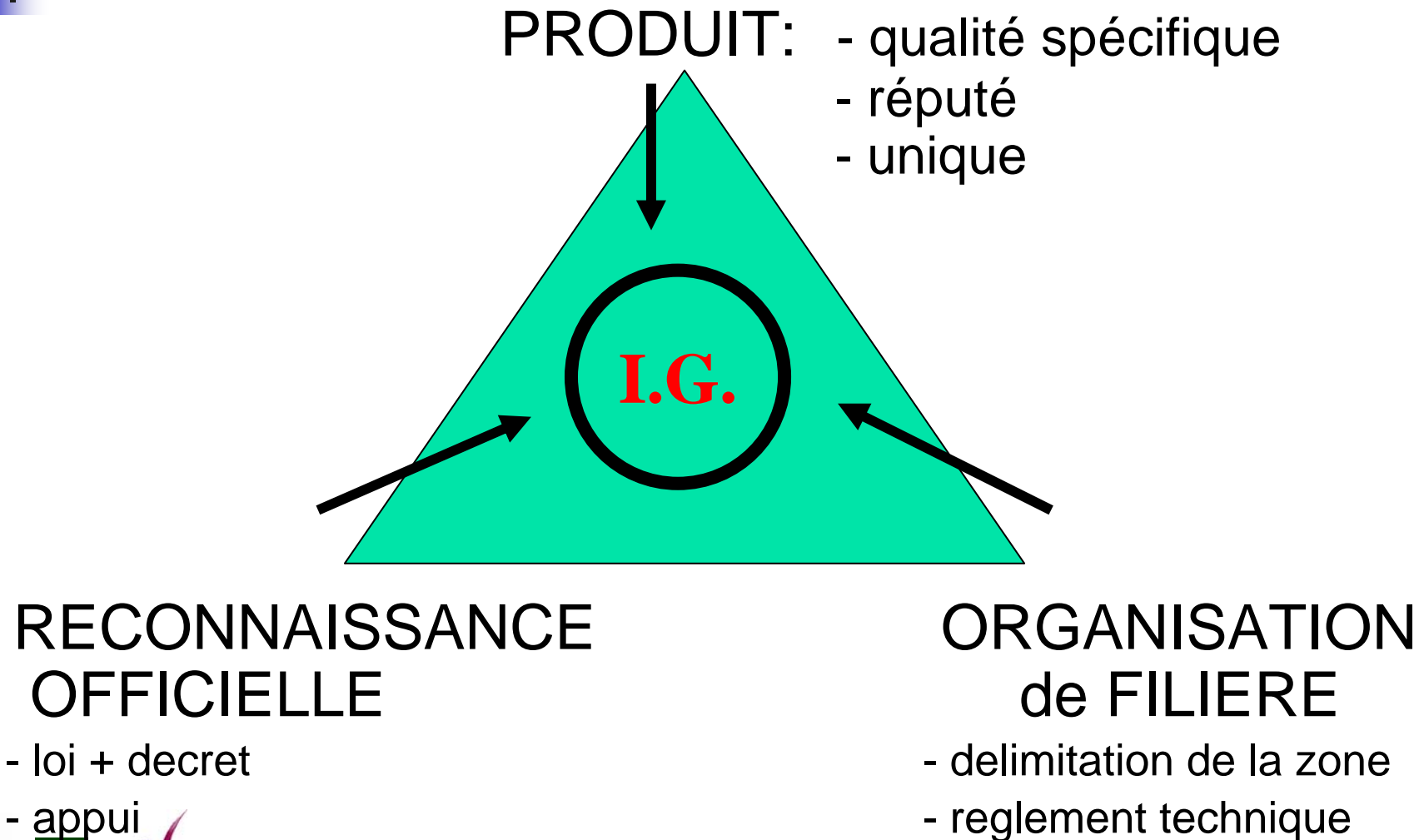


RECONNAISSANCE  
OFFICIELLE

**(2)**  
**ORGANISATION**  
**de FILIERE**  
- Delimitation de l'aire  
- Règlement technique



# Conditions réunies pour une IG:





# autres possibilités

---

- marques privées
  - *individuelles*
  - *collectives*
- signes privés



# marques privées

---

- intérêt pour les opérateurs
  - *maîtrise totale de la communication*
  - *souplesse pour la composition et les processus de production*
- intérêt pour les consommateurs
  - *identification facilitée*
- intérêt pour la collectivité
  - *dynamisme des marques*





# signes privés

- intérêt pour les opérateurs
  - *accès à certains segments de marché*
  - *publicité, opérations marketing*
- intérêt pour les consommateurs
  - *ils ne représentent pas une véritable garantie (ils sont parfois trompeurs)*
- intérêt pour la collectivité
  - *ils entretiennent une confusion dommageable avec les signes officiels*



# intérêt des IG

---

- pour les opérateurs
  - *caution officielle*
  - *communication collective*
  - *assainissement de la concurrence*
  - *meilleur partage de la valeur ajoutée*
- pour les consommateurs
  - *garantie des autorités institutionnelles*
  - *authenticité et transparence*



# intérêt des IG

---

- pour la collectivité
  - *action positive sur le marché*
  - *action incitative sur l'aménagement des territoires (renforcement de l'amont agricole)*
  - *action incitative pour un partage plus équitable de la valeur ajoutée*

## 4. Contribution des IG au développement rural

### *Structuration de la filiere:*

- Les IGs sont une opportunité de structurer la filière
  - nécessité de rassembler tous les opérateurs en une association
  - Opportunité d'organiser les relations entre les opérateurs et les acteurs institutionnels

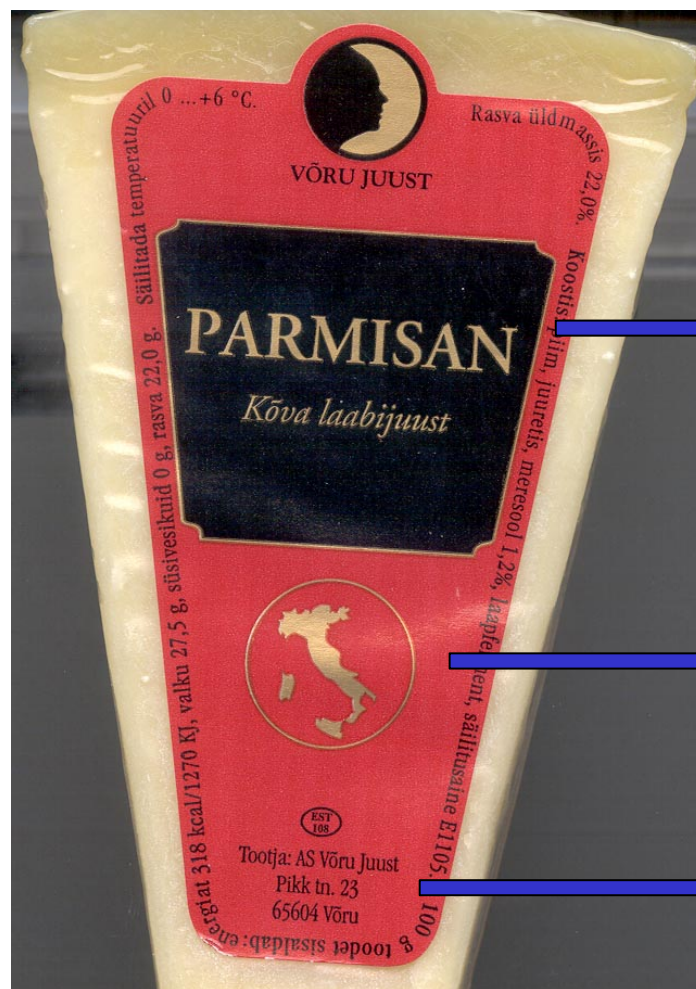


# *Protection des consommateurs et producteurs face à des tromperies:*

## Processus récent de libéralisation et déprotection

- « Réputation sans protection » = risques !
- Usurpations locales ou lointaines
- Dépôt de marques avec descripteurs géographiques est important: USA-EU-Japon

# Protection consommateurs et producteurs face aux usurpations et imitations:



Italie ?

Italie ?

Estonie !

# UN PATRIMOINE AFRICAIN ?





## *Stimulation d'une vision de long- terme* et protection durable:

- Les IG protègent directement seulement les NOMS (normalement géographiques), - pas les méthodes de production, savoirs, traditions, biodiversité...
- Mais: indirectement, elles protègent les méthodes de production, savoirs, traditions, biodiversité... par le cahier des charges lié à la protection du NOM
- La durée de la protection est importante dans le cas des IG.



# Stimulation à l'établissement d'un *mécanisme de co-ordination :*

La qualité exige un engagement.

L'engagement exige une organisation.

Exemple:



Organisation: cadre de concertation pour

- développer la **capacité de reponse au marche**,
- **définir des règles**
- **et negocier la repartition des couts et des benefices**

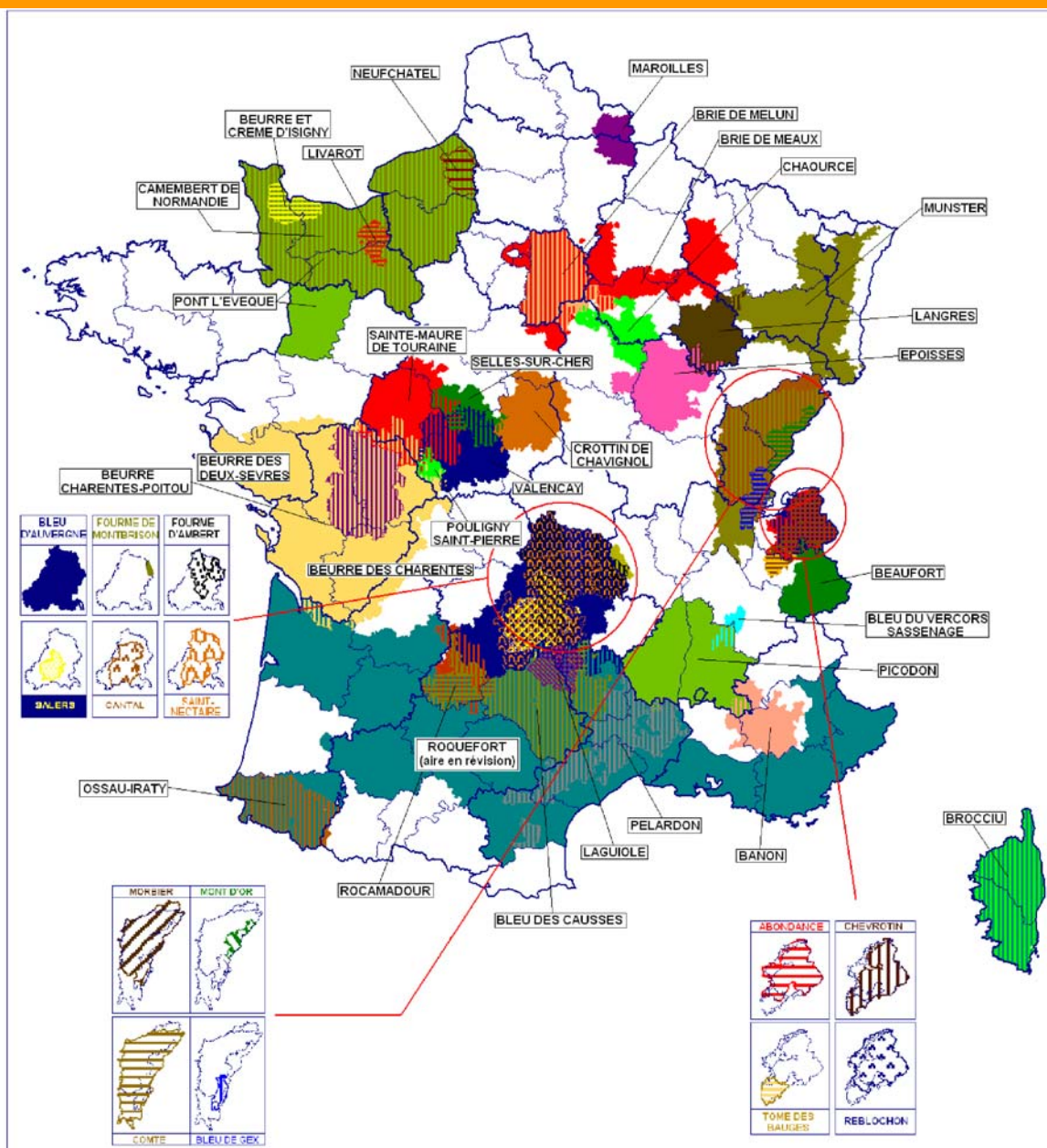


# Conserver un espace pour les mécanismes de **compétition économique**

- Tout producteur à l'intérieur de la zone délimitée et qui applique le cahier des charges est admis dans l'indication géographique
- La gestion de l'IG doit veiller à ce que le marché pertinent reste large
- Les marques privées coexistent avec les IG

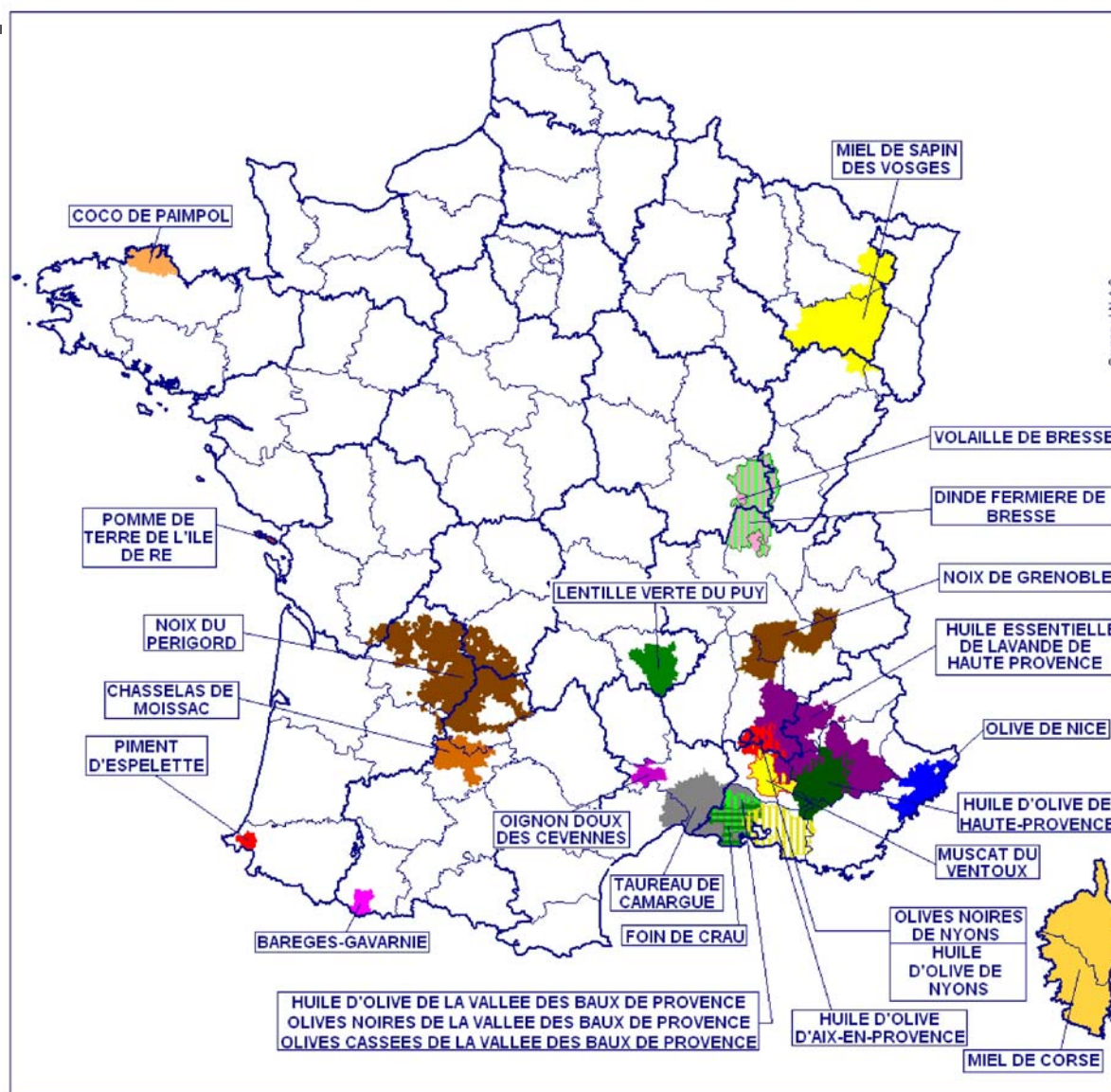
# POTENTIEL D'ELARGISSEMENT :

## Les AOC laitières en France (données 1994)



## POTENTIEL D'ELARGISSEMENT:

# AOC agroalimentaires – France





# Effets sur le développement rural et la réduction de la pauvreté: **Synthèse**

**Pauvreté 'sens large' = manque contrôle sur sa propre destinée**

**Hommes – Produits - Territoires: Construire des liens durables**

- L'IG spécifie :
    - les Produits
    - les Savoir-faire
    - les Territoires
  - Diversité des liens au lieu:
    - par l'environnement et le terroir
    - par les savoirs locaux et l'identité professionnelle
    - par l'image de la région
    - par les références identitaires des acteurs
- ... à travers le produit qui est le support de tous ces liens**
- **Tourisme**
  - **Diversité culturelle et biologique**





## 5. Productions localisées & biodiversité

---

The links between cultural biodiversity and  
Geographical Indications :

Examples at different levels in France

- Vegetal products
- Local animal breeds
- Microbial ecosystems
- Complex systems (landscapes)

Source: L.Berard, P. Marchenay - CNRS



## Piment d'Espelette / Espellette pepper / Ezpeleletako Biperra

AOC 2000

Variétés : issues des cultivars locaux de *Capsicum annuum* L.  
(cv. Gorria)

Zone : 10 communes,

Production : 100 tonnes frais + 50 t poudre (équivalent à 350 t frais)

Producteurs : 89, 2 transformateurs







## Races bovines Montbéliarde et Simmental française, pour la production de Comté

Comté: AOC 1958

Zone Géographique: 1 200 000 ha

Producteurs : 3 351 : 3 163 éleveurs  
laitiers, 175 transformateurs (138  
cooperatives, 37 entreprises  
industrielles), 188 affineurs

Production : 45 000 tonnes









# Diversité des paysages:

## Verger de poires « AOC Poiré Domfront »



© Parc naturel régional Normandie-Maine – Droits réservés





## Biodiversité et Indications Géographiques : Leçons apprises

Les IG peuvent, dans certains cas, être considérées comme des systèmes de conservation *in situ* en :

- conservant une biodiversité « directe » :  
races animales ou cultivars locaux,  
écosystèmes microbiens
- perpétuant des pratiques agricoles  
spécifiques et localisées
- générant une biodiversité « indirecte »,  
induite par la ressource principale
- maintenant des paysages spécifiques

6. Conclusions:  
Votre rôle est ESSENTIEL !





# Remarques finales (1)

---

- Fondamentalement, l'IG est un outil legal pour l'identification et la différenciation du produit
  - L'indication géographique est UN droit important de propriété intellectuelle. Elle a sa place à côté des marques, car elle répond à des objectifs spécifiques.
  - L'indication géographique n'est PAS une solution pour tous les cas de réduction de la pauvreté et la création de valeur économique.
- Les autres politiques rurales sont également très importantes

# Remarques finales (2)

Producteurs, organismes d'appui et institutions de régulation des Indications Géographiques ont un rôle central et une grande responsabilité

Définir le produit

Définir les règles de production (cahier des charges)

Définition des contrôles

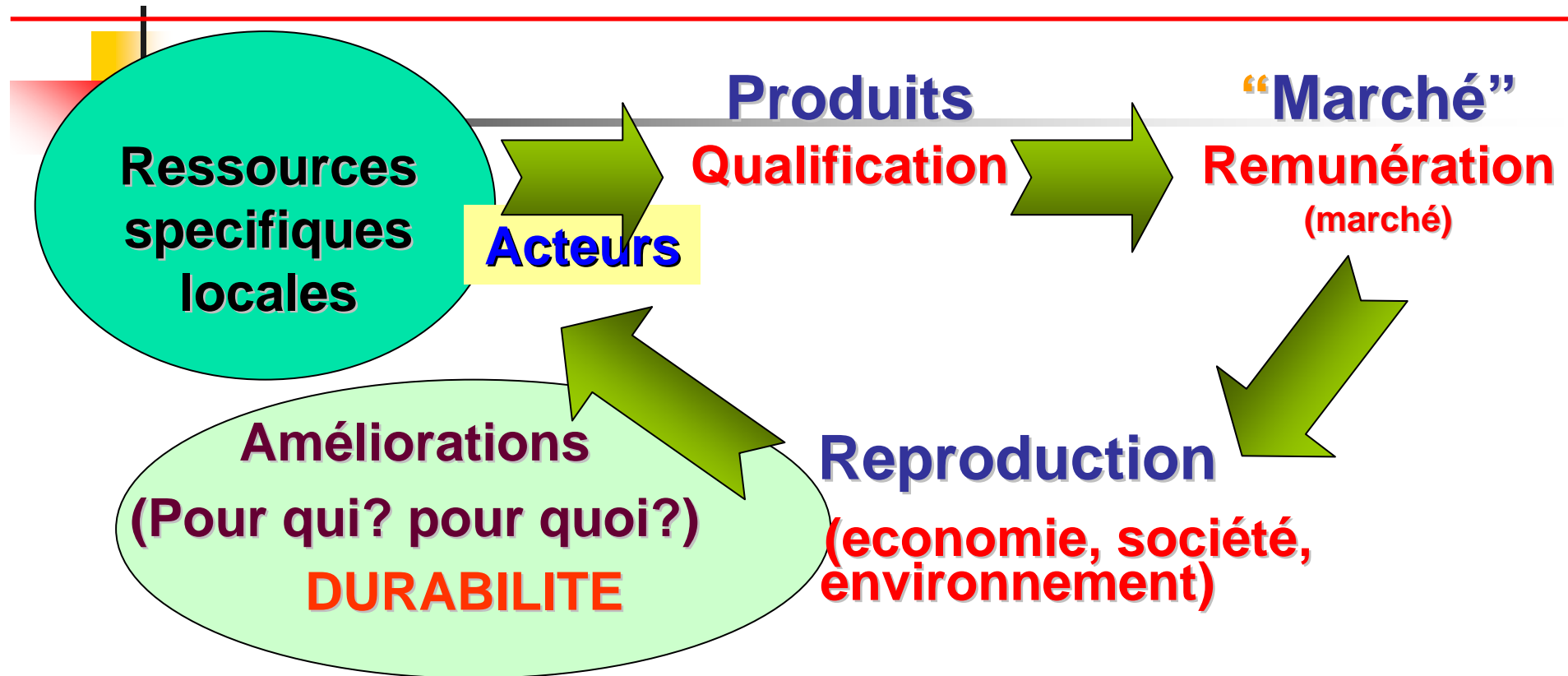
Définition de l'organisation

Règles de décision dans le groupe

Règles de commercialisation ...

**Qualité du product → Qualité des règles !**

## *Cercle vertueux de la valorisation des Produits d'Origine*



✚ Le système de protection n'est que l'UN DES instruments possibles

✚ Importance de l'animation rurale et de l'action collective

La protection IG n'est pas la fin du processus.. au contraire.



- 
- 
- *Merci !*
  - *Thank you for your attention !*

denis.sautier @ cirad. fr  
[www.cirad.fr](http://www.cirad.fr)